

绿色地球

定义每一克垃圾的价值

一包垃圾的再生旅行

这是一包 240g 重的垃圾。它由一叠杂志、几只不锈钢杯、一堆塑料瓶子和利乐牛奶包组成。此刻它静静躺在成都市锦江区比利华小区田阿姨家中，即将开始一场与其他垃圾同胞大相径庭的旅程。

出门前，它被田阿姨贴上一张二维条形码——这个动作为它赋予了某种独一无二的身份感——小区里一只鸽子灰色的垃圾桶专门负责接收这类已经被细致分类的垃圾。条形码“嘀”一声，它的体重立刻被计算出来，换算成积分，自动计入田阿姨的帐户之下。当天夜里，它与 3 吨回收垃圾一起，出现在锦江区边缘的某个半露天垃圾场。它发现这里异常清洁，像一群有整理癖的人横扫过的平原，纸和纸、塑料与塑料、金属与金属整齐扎堆地呆在一起，组成势均力敌的小山头。这包垃圾的身份再一次被扫描录入，在垃圾分拣线上最终找到自己的玻璃同类。它将在几天内被送往玻璃厂，经过融解和重新制作，再一次诞生。

这个看似颇像“卖废品”又与之截然不同的垃圾回收体验，出自绿色地球——中国唯一一家专业从事城市生活垃圾回收及资源化的企业，通过积分兑换激励与精细化信息管理的模式推进环保。

绿色地球的灵感来自一家名为“再生银行”（Recycle Bank）的美国公司。2004 年 1 月 17 日，美国费城 West Oak Lane 社区。在这个全市最贫穷的社区门口，突然竖起了一块巨大的广告牌：我们离星巴克有多远？——10 磅垃圾。这个让人摸不着头脑的广告，后来成为美国环保产业一个里程碑。住户每投递 10 磅可再生垃圾，再生银行向住户支付 5 美元，划入专门开立的银行卡里，住户可到参与到该计划的任何一家商家消费。

绿色地球为这套良性互动的机制设计了更接地气的中国版：为每户开设帐户，进行细密的垃圾分类指引，将回馈绑定在积分体系上，并嫁接商业平台，以持久、稳定地推进垃圾分类。2008 年至 2013 年 8 月，绿色地球的新鲜服务扩散至成都市锦江区 93 个小区，49622 户居民家中。按 100g 垃圾换 1 个积分计，田阿姨家 5 年下来累积 4199 积分，相当于 419.9 公斤可回收垃圾。“每月底能收到绿色地球的短信，显示当月累积的垃圾重量，全家人很有环保成就感。”

刷新“扔垃圾”链条

“绿色地球的核心竞争力在于刷新与‘扔垃圾’有关的一切用户体验。”公司总经理李力属创业元老之一，亲身经历了绿色地球的蜕变。绿色地球在 2010 年进入低谷期，一张 Excel 表，缓慢维持着整个系统运行，用户量冲至 1 万户，系统崩溃，停滞不前。直到 2011 年执行总裁汪剑超的加入。

汪剑超话不多，身上带有 IT 人特有的沉稳。他并没有想到自己的职业生涯里会出现“超级破烂王”这个环节。从中国科学软件研究所毕业后，他在微软中国待了 5 年，“进微软的动

机简单又复杂，一心想要改变世界，改变亿万人的生活”。担任研发工程师和产品经理的他，发现在大公司里，一个哪怕微小的创新点子，从生发到实现的路径极长，个人力量很有限。而在已经上市的电商公司兰亭集势担任产品总监，让他积累了丰富的创意经验。“我终于意识到，改变世界，也可以不指向某个遥远虚幻的群体，看看我能为身边人、身边小事做些什么。”

汪剑超为绿色地球重新设计了完备的信息系统，让整套用户体验轻盈、现代起来。“中国的特殊情况是，有废品收购这个巨大市场的存在。可是用户处在弱势，收购者可以选择收什么、不收什么；随意定价和短斤少两现象常有；再是双方合作关系松散，并不持久。另外，美国即使像 Recycle Bank 这样成功的公司走的也是单向回收（Single Stream），出口洋垃圾，于是你可以看到浙江做塑料垃圾加工的村子几乎生态尽毁。我们要尽量做到，消化这些垃圾而不是转移。”

“绿色地球想用现代方法，推动中国城市垃圾回收的产业革命，对垃圾分类行业作出重新定义。也许，今后你在大街上再也见不到顶着烈日的拾荒者或废品收购客。”

在这个野心之下，绿色地球打通了小区、垃圾分拣线、垃圾大宗回收、商家合作整个链条。目前每天收运可回收垃圾超过 3 吨，创业 5 年回收量 910.6 吨，公司网站首页不间断滚动刷新着这些垃圾的隐形价值：相当于少砍伐 5193.37 棵树，节省石油 7692.35 桶，减少二氧化碳排放 4292.94 吨。

对绿色地球来说，居民每扔一次垃圾，相当于完成一次微小交易。它们的潜力正在浮现。

垃圾就是金钱

绿色地球要面对的是带有中国特色的“垃圾观”。除了垃圾填埋、垃圾焚烧，垃圾分类始终处在不温不火的弱势状态。

汪剑超从旧金山的 Recology 身上看到了信心，这个拥有近百年历史的废弃物经营企业，今天成为旧金山市垃圾处理的主力军。旧金山市垃圾回收利用走在美国前列，关键因为他们充分利用了市场机制这只无形的手，确立了一个崭新的概念：扔东西就得付钱，收垃圾就能赚钱。这一市场机制在美国不断得到加强。美国人爱说，“Trash is Cash（垃圾就是金钱）”。在旧金山，每户居民每月要花费近 50 美元的垃圾处理费。Recology 已经确定了目标，在 2020 年将旧金山变成“零垃圾”城市，今天，他们的垃圾回收处理能力已经达到 78%。

“想象一下，成都每天 5500 吨的城市垃圾，Recology 能处理到只剩 1210 吨，这是多么可怕的效率”。汪剑超意识到，与美国的模式不同，中国的城市居民并不需要为垃圾处理缴费，因而随意且不成体系。借助政府力量，成为绿色地球的必须路线。2011 年，成都开始试点垃圾分类，以政府购买社会服务著称的锦江区找到绿色地球，投入 400 万购买为期 3 年的服务，它承诺将在 2012 年达到 5 万用户，2013 年达到 8 万用户。“目前我们的全年收入在 400 万左右，政府投入占其中 80% 以上。今后，我们会增强卖垃圾收入的比例，政府对垃圾减量的补贴比例慢慢降低。”

2013 年 7 月 30 日，《人民日报》发表文章《垃圾分类是个系统工程》，其中提到：“要市民

愿意分、会分，要政府引导分，分了之后还要会处理、能处理，更要平衡目前已经存在的废品回收人员的利益，依靠他们干一些市民不愿意干、政府又没有能力干的事。”中国多个城市出现的尴尬现象被明确指出：一面倡导市民垃圾分类，另一面，环卫垃圾车将所有垃圾混杂在一起“一锅端”。文中明确指出垃圾分类一方面属于政府指责，另一方面也需依靠更新鲜的市场力量。发文后不久，汪建超接到成都市市管局电话，请其详谈合作。

专业的力量在2013年420芦山地震中得到检验。汪剑超带着两三个人赶赴现场，正是绿色地球出力的时候。庐山县城分布着几百个临时安置点，灾后垃圾量激增，为防止灾后疫情，环卫系统每天承担巨大收运压力。最终，绿色地球的垃圾分类试点落在杨家洼的生产队，40多户灾民的临时安置点，一次性用品堆成垃圾山，蝇虫滋生。绿色地球一个一个帐篷普及垃圾分类常识，只用两天，所有灾民便开始自觉分类。环卫每天200多吨的垃圾压力，减排到60多吨，与灾前水平齐平。

“比如，一个厨余机品牌借助绿色地球的社区渠道达到了超水平的售卖。如果我们的渠道能大到覆盖一整个城市，那么电影院线、超市、环保品牌等各种商家便能一步一步叠加进来。”汪剑超相信，绿色地球正在蓄力更多具有想象力的商业潜力。

文/Yeti

编辑：社会企业家技能项目组，转载请注明原文网址。

查询更多社会企业案例请点击 <http://www.britishcouncil.cn/programmes/society>